

УЧАСТИЕ ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИИ КАК СРЕДСТВО ВНУТРИКОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Иванова М.О.

к.э.н. , доцент СПбГУГА, г. Санкт-Петербург

E-mail: ivanova_mo@mail.ru

В современных условиях хозяйствования возрастает роль персонала в обеспечении конкурентных преимуществ компаний. Именно кадры корпораций являются источником инноваций, без которого невозможно выживание и победа в конкурентной борьбе. Сегодня персонал является важнейшим стратегическим ресурсом организации, успех которой во многом зависит от степени мотивации персонала на высокоэффективную работу.

Корпоративная социальная ответственность – это достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде [2]. Социальная ответственность заключается также и в получении максимальной прибыли, обеспечивающей высокий уровень заработной платы для работников и дивидендов для акционеров [3]. Для корпораций, придерживающихся принципа социальной ответственности, важны не только показатели прибыльности, но и благополучие персонала.

Соответствие политики корпораций нормам социальной ответственности бизнеса поддерживается и поощряется как интернациональными общественными организациями, так и правительствами отдельных государств. Во многих промышленно-развитых странах усиление социальной ответственности бизнеса воспринимается как актуальное направление общественного развития, поскольку на первый план

выдвигаются честность и позитивное отношение компании не только к акционерам, но и к своим работникам, и к обществу в целом.

Развитие социальной ответственности бизнеса позволяет сформировать позитивный внешний и внутренний имидж корпорации. В рамках данной работы интерес представляет внутрикорпоративная социальная ответственность, направленная на формирование внутреннего позитивного имиджа компании в целях привлечения и удержания квалифицированного персонала, формирование лояльности персонала к организации, положительной трудовой мотивации и комфортности при выполнении своих трудовых функций. Забота о сотрудниках и удовлетворение их потребностей и интересов позволит корпорации достичь долгосрочных стратегических целей компании, базируясь на человеческом ресурсе, имеющем, как правило, скрытый потенциал.

Развитие внутрикорпоративной социальной ответственности означает сознательное принятие бизнесом определенных обязательств в отношении персонала, даже в условиях кризиса.

Существуют многообразные средства внутрикорпоративной социальной ответственности, среди которых можно назвать: отказ от теневых форм социально-трудовых отношений; создание справедливых систем оценки персонала; обеспечение конкурентного уровня заработной платы сотрудников; применение прозрачных систем вознаграждения персонала; оказание сотрудникам социальных услуг и льгот; предоставление персоналу возможностей для развития и карьерного роста; формирование действенной корпоративной культуры; обеспечение участия наемных работников в управлении, в прибыли и в собственности.

Использование данных средств определяет основные принципы работы с персоналом по различным направлениям. При этом не следует забывать, что забота о персонале может быть только комплексной, и создание позитивного внутрикорпоративного имиджа – это цель, которой нельзя достичь с помощью осуществления только отдельного мероприятия или использования одного направления работы с персоналом [2].

Опираясь на обзор корпоративного управления и менеджмента российских компаний, следует заметить, что в отечественной науке и практике недостаточное внимание уделяется роли персонала в корпоративном управлении, а это также является сферой, влияющей на социальную ответственность бизнеса. Действенное привлечение персонала к менеджменту организаций – достаточно редкое явление. Однако, на наш взгляд, это средство внутрикорпоративной социальной ответственности заслуживает особого рассмотрения.

Концепция участия персонала в системе корпоративного управления предполагает различные возможности для вовлечения персонала в этот процесс [1]. Персонал может привлекаться посредством участия в собственности, в прибыли, в формировании и реализации корпоративной культуры, в менеджменте организации через программы социального партнерства, а также, путем создания и использования эффективных внутрикорпоративных коммуникаций. Эти механизмы позволяют заинтересовать персонал в продуктивной и продолжительной работе в корпорации, чем достигается одна из задач, поставленных перед социально ответственным бизнесом.

Широко используемые средства внутрикорпоративной социальной ответственности в кризисных условиях трансформируются, и значение того

или иного средства в достижении поставленной цели корпорации может меняться. Некоторые инструменты не могут быть использованы в связи с отсутствием необходимых средств у корпорации или смещению акцента в политике на минимизацию затрат, другие – применяются только к отдельным категориям персонала, используя дифференцированный подход.

Существует мнение, что в условиях кризиса участие персонала в управлении, прибылях и собственности не рассматриваются как эффективные инструменты кадровой политики [2]. Однако, на наш взгляд, при недостаточных возможностях применения многих других средств внутрикорпоративной социальной ответственности, требующих существенных затрат, таких как: обеспечение конкурентного уровня заработной платы, оказании социальных услуг, предоставление возможностей для развития и т.п., следует обратиться к «нестандартным» средствам. Заинтересовать и удержать квалифицированный персонал и управленческий штат помогает предоставление персоналу возможности участвовать в корпоративном управлении, что соответствует удовлетворению, в том числе, и «высших» потребностей персонала. Необходимо предусмотреть возможность участия персонала различного иерархического уровня, а не только высшего менеджмента.

Если участие персонала в прибылях и собственности ограничено, то есть возможность привлечь персонал к управлению посредством системы социального партнерства, корпоративной культуры и внутрикорпоративных коммуникаций. Проведенный анализ [1] показал, что данные формы привлечения персонала к корпоративному управлению являются в современных условиях наиболее приемлемыми для применения.

Однако формы участия, доступные той или иной категории персонала могут существенно различаться.

Например, участие рядового персонала в собственности организации не распространено, однако для большей заинтересованности топ-менеджеров к работе в корпорации рекомендовано предусмотреть для них опционный план.

К участию в прибыли и доходах привлекаются менеджеры различного уровня, однако для рядовых работников системами оплаты труда зачастую не предусмотрены премии за достижение конечных показателей работы организации или зависящие от дохода корпорации.

Рядовые наемные работники могут реализовать свое право на участие в управлении организацией, создавая представительные органы. Однако создание в корпорации профсоюза сталкивается с сопротивлением собственников и в связи с этим зачастую первичные профсоюзные ячейки в них отсутствуют.

Реальным механизмом участия рядовых работников в управлении может стать реализация коммуникационной политики корпорации. Персонал должен получать от работодателя информацию по вопросам, непосредственно затрагивающим их интересы, и участвовать в обсуждении и консультировании по ключевым проблемам работы организации, а также иметь возможность вносить предложения по ее совершенствованию.

Кроме того, все работники корпорации участвуют в реализации и формировании корпоративной культуры. Это универсальная форма участия, которая предполагает активную трудовую и общественную позицию любого сотрудника. В условиях кризиса особенно важно сформировать такую корпоративную культуру, ценности которой будут разделяться всеми

сотрудниками организации, т.е. она должна носить реальный, а не декларативный характер и способствовать консолидации коллектива.

Однако есть основания предположить ситуацию, когда часть персонала корпорации сознательно не захочет участвовать в управлении. Так, на стадии расширения и развития организации рядовые работники проявляют большую активность, чем, например, на стадии сокращения или выживания, когда организация испытывает трудности в своей деятельности. Особенно это заметно в отношении к корпорации рядовых работников, не мотивированных на длительную работу. В этой ситуации необходимо обращаться к другим средствам внутрикорпоративной социальной ответственности, доступным данной корпорации.

В условиях кризиса, зачастую, корпорации придерживаются кадровой политики, направленной на сокращение затрат на персонал. Однако одни и те же меры могут иметь неоднозначный смысл для компании в зависимости от ее реального экономического положения. Если корпорация сталкивается с действительно серьезными трудностями, то и неблагоприятные для сотрудников меры обоснованы. Однако, если кризис используется как предлог для экономии издержек на персонал с целью сохранения дохода собственников и топ-менеджеров в условиях стабильного положения корпорации на рынке, то такая политика является противоречащей принципам социальной ответственности.

Одним из основных принципов, которым надо руководствоваться в условиях кризиса социально ответственному бизнесу – социальная справедливость при сокращении издержек на персонал. Необходимо не допускать необоснованный разрыв в оплате труда и формах участия в доходах и прибылях рядовых сотрудников и топ-менеджеров корпорации.

Особое внимание все же следует уделять позиции топ-менеджеров и управленцев различных уровней, поскольку в значительной степени именно от их заинтересованности в успехе организации зависит эффективное функционирование корпорации. Для мотивации высшего и среднего управленческого персонала необходимо использовать весь арсенал форм привлечения персонала к корпоративному управлению, включенный в вышеописанную концепцию.

Список литературы:

1. Иванова М.О. Концепция участия персонала в корпоративном управлении // Современный менеджмент: проблемы и перспективы. IV науч.-практ. конф. – СПб.: СПбГИЭУ, 2009. С. 241-245.
2. Озерникова Т. Работодатель с «человеческим лицом» // Кадровик. Трудовое право для кадровика. 2009. №11. С. 20 – 26.
3. Социальное развитие предприятий: учеб. пособие. Под ред. Н.А. Волгина, А.Н. Аверина. – М.: КНОРУС. 2006.